

La construction de la légitimité sociale des femmes dans le cadre de la transmission des entreprises familiales

Nizar GHAMGUI

EDC Paris Business School
OCRE Research Lab
Member of CleRMA
nghamgui@edcparis.edu

Sylvaine CASTELLANO

EM Normandie Business School
Métis Lab
scastellano@em-normandie.fr

Insaf KHELLADI

Léonard de Vinci Pôle Universitaire, Research Center,
92 916 Paris La Défense, France
insaf.khelladi@devinci.fr

Emmanuelle DESGARDIN

Etudiante en Master
EM Normandie

Mots clés : Légitimité, dualité, succession, entreprise familiale, genre

Résumé

Cet article traite la question suivante : comment les femmes construisent-elles une légitimité sociale au cours du processus de transmission des entreprises familiales ? La littérature existante sur la légitimité et le genre au cours du processus de succession se concentre soit sur le rôle des filles successeurs, soit sur leurs réseaux qui rendent la légitimité de ces filles active et validée. Cette séparation entre ces deux mondes favorise un dualisme dans la conceptualisation de la relation entre les filles successeurs et les différentes parties prenantes. A partir de la *Strong Structuration Theory* et l'étude de cinq cas de filles successeurs, l'article propose un modèle qui met en avant les interactions et les relations réciproques entre les filles successeurs et les différentes structures sociales. Les résultats de cette recherche mettent en exergue les actions entreprises par les filles successeurs afin d'influencer, reproduire et modifier les structures sociales existantes tout au long du processus de construction de leur légitimité dans le cadre d'une dualité.

Introduction

Au niveau mondial, les entreprises familiales sont les plus populaires car elles contribuent à 70 % du PIB et emploient 60 % de la main d'œuvre (CNUCED¹, 2021). Compte tenu de l'importance des entreprises familiales, la question du genre a sans aucun doute suscité l'intérêt de plusieurs chercheurs dans le champ de l'entrepreneuriat. En effet, plusieurs chercheurs (Nelson et Constantinidis, 2017 ; Ramadani et al., 2017a ; Byrne et al., 2019 ; Mussolino et al., 2019) ont examiné les difficultés rencontrées par les filles lors du processus de succession des entreprises familiales.

En ce sens, Vuong et al., (2018) soulignent que les stéréotypes et la discrimination ne sont pas les seuls facteurs qui sous-évaluent le rôle des femmes dans les entreprises familiales, le contexte socioculturel est également un élément important. Par conséquent, la compréhension des obstacles et des opportunités qui se présentent aux filles successeurs ne peut pas être expliqués uniquement par une conceptualisation binaire (homme vs femme) (Nguyen et al., 2021), mais elle nécessite un cadre plus complexe intégrant également le capital humain, les traits et les caractéristiques mobilisés par les filles en reprise d'entreprise familiales pour construire leur légitimité.

En effet, la légitimité est un enjeu particulier pour les femmes entrepreneures (Liu et al., 2018). Dans le cadre des entreprises familiales, les femmes doivent combiner le rôle de « femme » avec celui de « fille-successeur », des rôles souvent considérés comme conflictuels (McAdam et al., 2018 ; Liu et al., 2018). L'analyse de la manière dont ces filles négocient et interprètent les structures sociales dans lesquelles elles sont encastrées souligne l'importance de la notion de la construction d'une légitimité sociale (Chasserio et al., 2016). Cependant, la question de la légitimité des femmes entrepreneures apparaît largement absente (Chasserio et al., 2016), en particulier, dans le cadre des entreprises familiales (Nguyen et al., 2021).

Cela signifie que davantage des recherches sur le genre et le processus de succession des entreprises familiales sont nécessaires car les femmes entrepreneures ont été confrontées à diverses problématiques dans la littérature dus à des interrogations sur leurs capacités et leurs compétences entrepreneuriales. Notre article s'intéresse ainsi aux diverses stratégies par lesquelles les filles « successeurs » construisent leur légitimité sociale à travers des interactions évolutives avec leurs réseaux privés (proches) et professionnels (parties prenantes). Le concept de la légitimité se traduit dans cette recherche par la reconnaissance sociale des femmes dans leur rôle de successeur et leurs activités entrepreneuriales. Par conséquent, la légitimité sociale se construit dans ce contexte à travers des relations et interactions multiples qui évoluent dans le temps (Remy, 2013). En ce sens, la légitimité est donc un construit social où les femmes entrepreneures sont encastrées dans des structures habilitantes et contraignantes.

Comment les femmes construisent-elles une légitimité sociale au cours du processus de transmission des entreprises familiales ? C'est la question que nous posons dans cette recherche afin de comprendre les actions entreprises par les femmes, au cours du processus de succession des entreprises familiales, qui interviennent dans la construction de leur légitimité sociale.

La littérature existante sur la légitimité et le genre au cours du processus de succession se concentre soit sur le rôle des filles successeurs (acteur), soit sur leurs réseaux (structures sociales) qui rendent la légitimité de ces filles active et validée (Überbacher, 2014) ce qui

¹ Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

gène une séparation entre les deux mondes en favorisant plutôt un dualisme (Archer, 1995) dans la conceptualisation de la relation entre les filles successeurs et les différentes parties prenantes. Il s'agit d'une lacune théorique importante dans la compréhension de ce processus. Afin de répondre à cette lacune, nous mobilisons la notion de la dualité (Giddens, 1984) au niveau de l'ontologie générale et le modèle quadripartite de structuration (Stones, 2005) au niveau de l'ontologie in-situ, en mettant en lumière les interactions et les relations réciproques que les filles successeurs ont avec différentes structures sociales.

Au niveau méthodologique, notre recherche s'appuie sur l'étude de cinq études de cas, recueillies auprès de cinq filles successeurs. Les résultats empiriques soulignent que le processus de construction d'une légitimité sociale au cours du processus de succession des entreprises familiales par des filles comprend deux cycles de structuration. Le premier concerne la construction d'une légitimité personnelle (les jugements de légitimité perçus principalement par les filles elles-mêmes et les individus de leurs vies privées). Le deuxième s'intéresse à la construction d'une légitimité entrepreneuriale (les jugements de légitimité perçus par les individus de leurs réseaux professionnels (salariés, clients et concurrents)).

La suite de l'article est organisée en cinq parties. La première présente la littérature qui s'intéresse aux enjeux de la légitimité et le genre dans la transmission des entreprises familiales. Dans la deuxième partie, nous présentons notre cadre théorique. Celui-ci est fondé sur la théorie de la structuration (Giddens, 1984) et ses récents développements (Stones, 2005). La troisième partie expose de manière détaillée notre démarche méthodologique fondée sur l'étude de cinq études de cas. La quatrième partie présente les résultats de la recherche. Nous discutons dans une dernière partie les contributions théoriques. En conclusion, nous présentons les limites de l'étude ainsi que les voies de recherche futures.

1. Les enjeux de la légitimité et le genre dans la transmission des entreprises familiales

Dans le champ de l'entrepreneuriat, l'un des thèmes les plus pertinents que les chercheurs ont étudiés est lié à la succession des entreprises familiales en essayant d'expliquer les différences entre les sexes en termes de rôles, d'opportunités et de contributions (Floris et al., 2021). Le nombre de femmes qui décident de reprendre une entreprise familiale et de poursuivre une carrière professionnelle dans celles-ci ne cesse d'augmenter (Nguyen et al., 2021). Par conséquent, les recherches qui souhaitent comprendre les défis et les opportunités de ces filles au cours du processus de succession se sont multipliées ces dernières années.

Par exemple, Ahrens et al., (2015) souligne que les femmes possèdent de meilleures qualités entrepreneuriales que leurs homologues masculins. Cependant, les fils ont continué à être préférés aux filles dans le processus de succession des entreprises familiales (Overbeke et al., 2013). En ce sens, Ferrari (2019) souligne que les femmes rencontrent encore plus de difficultés que les hommes dans le processus de succession. En effet, durant ce processus, les filles souffrent souvent du dilemme de la « *petite fille à papa* » (Dumas, 1992), ce qui influence leur légitimité en tant que successeurs appropriés (Floris et al., 2021), même si le leadership féminin est plus efficace que le leadership masculin et qu'il est plus apprécié par les employés et les différentes parties prenantes (Allen et Langowitz, 2003).

Plusieurs recherches soulignent que les femmes entrepreneures sont toujours à la recherche d'une légitimité entrepreneuriale et sociale dans leur environnement (Fisher et al. 2017). Une culture avec une hiérarchie de genre abrupte s'attend à ce que les femmes se consacrent aux tâches ménagères. Par conséquent, pour une femme, succéder une entreprise familiale est non seulement difficile, mais même illégitime (Marlow et McAdam 2015). Bien que les femmes occupent de plus en plus de postes de direction au sein des entreprises familiales (Hashim et

al., 2021), les croyances stéréotypées en matière de genre influencent toujours la façon dont les femmes sont évaluées par les membres de la famille et dont elles s'évaluent elles-mêmes (Mussolino et al., 2019).

Liua et al., (2018) soulignent que la perception qu'une femme a de sa légitimité en tant qu'entrepreneure est problématique à deux égards. Premièrement, percevoir une légitimité personnelle perçue par son réseau privé est essentiel pour la satisfaction et l'engagement envers l'entreprise familiale (Bradley et Roberts 2004). Deuxièmement, la légitimité entrepreneuriale des « *filles successeurs* » est perçue par leurs réseaux professionnels (salariés, clients, concurrents...). L'approbation de ces réseaux est généralement influencée par les règlements, les normes et les croyances de la société, de sorte que les membres de ces réseaux sont susceptibles d'approuver les femmes qui succèdent une entreprise familiale que si les règles et les normes sociales les soutiennent (Liua et al., 2018). En ce sens, les femmes qui succèdent une entreprise familiale pourraient faire face à des défis de légitimité non seulement de la part des institutions formelles (Goby et Erogul, 2011 ; Zeidan et Bahrami, 2011) mais aussi des membres de leurs propres familles (Hashim et al., 2021).

Hashim et al., (2021) soulignent que les actions et les stratégies que les filles successeurs adoptent pour mobiliser leurs relations familiales, leurs histoires, leurs compétences et leurs expériences pour changer certaines perceptions et évaluations de leurs réseaux privés et professionnels semblent être essentielles pour la construction d'une légitimité sociale. Les filles successeurs devraient donc produire des actions adaptées à divers publics, ce qui peut être particulièrement difficile à faire à cause des attentes et des exigences potentiellement contradictoires de ces différents réseaux (Überbacher, 2014). En ce sens, Garud et al., (2014) affirment qu'il est primordial que les femmes entrepreneurs promeuvent des activités et des actions stratégiques qui les aideront à obtenir une acceptation collective de la part des différentes parties prenantes afin qu'elles puissent acquérir une légitimité sociale au cours du processus de succession.

Les recherches antérieures portent principalement sur l'impact de la légitimité sociale sur divers acteurs sociaux, avec peu d'accent sur sa genèse (Radu-Lefebvre et al., 2019) dans un contexte d'interaction sociale (Überbacher, 2014). Il s'agit d'une lacune théorique importante dans la compréhension de la légitimité des filles au cours du processus de succession. Notre article a donc pour objectif de comprendre les diverses stratégies par lesquelles les filles successeurs construisent leur légitimité sociale à travers des interactions évolutives avec leurs réseaux privés et professionnels.

Plusieurs recherches ont exploré les dimensions de la légitimité dans le champ de l'entrepreneuriat (Zimmerman et Zeitz, 2002 ; Shepherd et Zacharakis, 2003 ; Nagy et coll., 2012) mais rares sont les travaux qui étudient la légitimité en tant que construction sociale, par conséquent, nous en savons donc peu sur sa genèse et son évolution (Radu-Lefebvre et al., 2019). Ainsi, nous contribuons à la littérature en démontrant que la légitimité des filles successeurs est un processus dynamique de construction sociale. Nous adoptons la définition de la légitimité en tant que perception (Suddaby et al., 2017). Selon cette définition, la légitimité n'est ni une « *propriété* » des filles successeurs, ni un construit social imposé par un ensemble d'acteurs au niveau macro. Il s'agit plutôt d'un ensemble de processus socio-cognitifs qui conduisent à la construction d'une légitimité sociale dans le cadre de diverses interactions entre un acteur et différentes structures sociales (Suddaby et al., 2017).

Cependant, malgré l'importance d'un consensus dans la littérature sur la légitimité des filles successeurs selon lequel la légitimité est une construction sociale qui émerge dans le cadre de plusieurs interactions entre un acteur et différentes structures sociales, la majorité des travaux

sur ce sujet se concentrent soit sur l'acteur au niveau individuel soit sur les structures sociales (Überbacher, 2014 ; Hashim et al., 2021) ce qui génère une séparation entre les deux mondes en favorisant plutôt un dualisme (Archer, 1995) dans la conceptualisation de la relation entre les filles successeurs et les différentes parties prenantes. En effet, cette idée conduit à un éventuel oubli de la dualité qui existe dans le processus de la construction d'une légitimité sociale des filles successeurs (Überbacher, 2014).

Afin de dépasser cette lacune, nous mobilisons la *Strong Structuration Theory* (SST) (Stones, 2005) à travers le cadre quadripartite de structuration. La SST s'appuie sur la théorie de la structuration de Giddens (1984) qui a, jusqu'à présent, reçu peu d'attention dans la recherche en entrepreneuriat (Elkafrawi et al., 2022 ; Ghamgui et Soparnot, 2022). L'adéquation de la SST à cette recherche est justifiée à travers sa focalisation sur la dualité entre les structures sociales et l'acteur (les filles successeurs pour notre recherche) ce qui est cohérent avec la définition de la légitimité que nous adoptons dans cette recherche, à savoir, la légitimité comme perception (Suddaby et al., 2017). En effet, pour Giddens (1984), la « *dualité* » est le mécanisme clé qui explique comment l'acteur et les structures sociales sont entrelacées et ne pourraient donc pas être séparés. Autrement dit, pour notre recherche, les actions des filles successeurs ne peuvent pas être comprises séparément des structures sociales, et le rôle des structures sociales ne peut pas non plus être compris indépendamment des actions entreprises par les filles successeurs au cours du processus de la construction d'une légitimité sociale.

Dans ce qui suit, nous présentons notre cadre théorique mobilisé dans cette recherche.

2. Cadre théorique : La *Strong Structuration Theory* (Stones, 2005)

Contrairement à la théorie de la structuration (Giddens, 1984) orientée vers l'ontologie général, la *Strong Structuration Theory* met l'accent sur l'ontologie in-situ qui se concentre sur les processus sociaux à des endroits et à des moments particuliers (Stones, 2005). Selon Stones (2005), la structure et l'action n'évoluent pas dans l'abstrait, mais elles pourraient être observées dans des situations concrètes à travers des événements quotidiens, et à travers la compréhension des dispositions et des pratiques des acteurs. En effet, chaque acteur a une position sociale spécifique attachée à des droits et des responsabilités qui déterminent dans une large mesure le comportement social de l'acteur occupant cette position sociale à un moment et à un endroit précis (Stones, 2005 ; Coad et Glyptis, 2014 ; Coad et al., 2015). Ceci est pertinent pour notre recherche car une fille qui succède une entreprise familiale pourrait avoir plusieurs positions sociales : épouse, mère, fille, entrepreneure et membre actif d'une entreprise familiale. C'est cette préoccupation qui rend la SST (Stones, 2005) particulièrement adaptés à l'objet général de cette recherche « *les filles successeurs en tant qu'acteur social* ».

La SST s'appuie sur la théorie de la structuration de Giddens (1984) qui a fait progresser notre compréhension de la dualité entre l'acteur et les structures sociales dans le champ de l'entrepreneuriat (Jack et Anderson, 2002 ; Chiasson et Saunders, 2005 ; Sarason et al., 2006 ; White, 2018 ; Ghamgui et Soparnot, 2022). En effet, la dualité consiste en l'inséparabilité entre l'agence humaine et la structure sociale. Selon cette dualité, les structures sociales sont à la fois constituées par l'action humaine et le médium de cette action. Néanmoins, la théorie de la structuration de Giddens a fait l'objet de plusieurs critiques, notamment son haut niveau d'abstraction. En effet, la théorie de la structuration est considérée comme très philosophique et abstraite pour qu'elle soit mobilisée dans des études empiriques (Coad et Herbert, 2009 ; Jack et Kholief, 2015, Jack, 2017). Afin de répondre à ces critiques, Stones (2005) développe une nouvelle version de la théorie de la structuration en montrant comment la dualité peut être appliquée empiriquement grâce à son cycle de structuration (Figure 1). Il met en évidence des relations interactives et dynamiques entre quatre éléments principaux qui prennent en

considération trois niveaux d'analyse : macro, méso et micro. Ces éléments sont les suivants : les structures externes, les structures internes, l'agence active et les résultats.

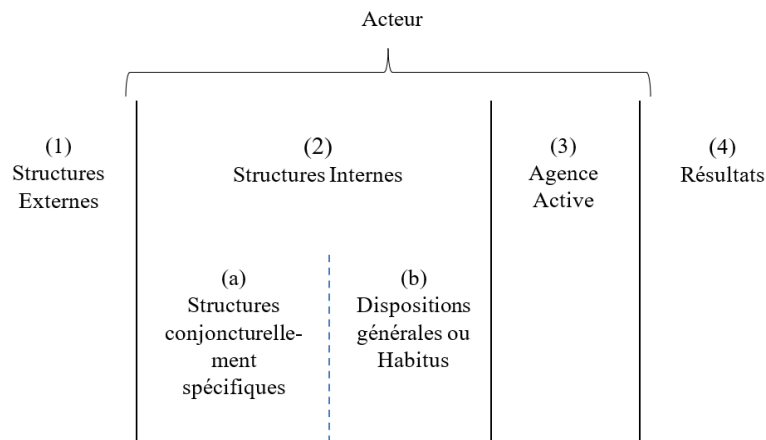


Figure.1. La nature quadripartite de la structuration (Stones, 2005 : 85)

Les structures externes ont une existence autonome par rapport à l'acteur et forment le contexte structurel de l'action. Elles sont à la fois habilitantes et contraignantes. Les structures internes sont virtuelles et n'existent que dans les traces de mémoire de l'acteur (Stones, 2005). Les structures internes qui se divisent analytiquement en dispositions générales (habitus), et en structures conjoncturellement spécifiques, qui impliquent que l'acteur a une connaissance du contexte spécifique de l'action. L'habitus comprend les expériences, les valeurs et les croyances qui peuvent inconsciemment guider les choix et les décisions d'un acteur, tandis que les structures conjoncturellement spécifiques découlent des connaissances spécifiques qu'un acteur pourrait retenir grâce à ses connaissances des schémas interprétatifs, des capacités de pouvoir et des attentes normatives et d'autres acteurs dans son contexte (Stones, 2005).

L'agence active révèle la manière dont les acteurs s'appuient sur leurs structures internes et appliquent leurs connaissances à des situations spécifiques. Stones (2005) présente deux niveaux d'analyse, à savoir, « *l'analyse de la conduite stratégique* » de l'acteur qui se focalise sur l'analyse des dimensions internes de l'acteur et « *l'analyse stratégique contextuelle* » centrée sur les dimensions externes de l'acteur. Dans cette recherche, notre objectif est donc de comprendre l'analyse contextuelle des filles successeurs et leur compréhension de la conduite et du contexte des autres acteurs. L'agence active fait référence à des acteurs bien informés qui agissent de manière indépendante et font des choix libres grâce auxquels ils reproduisent, modifient ou mettent en question les structures internes et externes existantes. Ceci nous amène à considérer le dernier élément du cycle de structuration, à savoir, les résultats qui peuvent s'analyser en termes de reproduction ou de modification des structures sociales. L'agence active reflète le moment actif et dynamique de la structuration. Par exemple, lorsque les filles successeurs mobilisent leurs structures internes et externes pour construire une légitimité sociale et acquérir la validité des autres acteurs, elles provoquent (intentionnellement ou pas) un changement social.

3. Méthodologie

Dans ce qui suit, nous exposons les cas étudiés. Puis, nous détaillons le processus de recueil et de retranscription des données ainsi que notre stratégie de codage et d'analyse.

3.1.Choix des cas étudiés

Nous nous sommes appuyés sur un échantillonnage théorique (Glaser et Strauss, 2017) afin de sélectionner cinq cas de femmes entrepreneures (Cf. tableau 1) ayant repris une entreprise familiale ou ayant débuté le processus de reprise. Nous avons choisi l'étude de cas multiples pour mener cette étude. En effet, cette méthode permet la compréhension et la modélisation du processus dynamique d'un phénomène étudié (Yin, 2016). De surcroît, la méthode des études de cas est couramment utilisée pour répondre aux questions du « *comment* » et constitue un moyen approprié pour améliorer la théorie lorsque les recherches existantes sont sous-développées (Graebner et Eisenhardt, 2004).

Nous avons veillé à étudier des filles évoluant dans des secteurs professionnels masculins et féminins, à différents stades de transmission de l'entreprise familiale et aux modes de vie personnelle différents. Nous avons pris contact avec les entrepreneures par téléphone, leur expliquant le thème de l'entretien sans pour autant l'envoyer en avance afin de préserver la spontanéité des réponses.

	Age actuel	Age d'arriv ée	Situation familiale	Activité de l'entreprise	Génération	Taille
Cas 1	28	18	En couple, 2 enfants	Démantèlement d'épaves automobiles	3ème	5 – 10 salariés
Cas 2	32	20	Célibataire	Installation et fourniture de solutions téléphoniques aux entreprise	2ème	10 – 15 salariés
Cas 3	32	25	En couple	Fabrication de machines industrielles	4ème	40 – 45 salariés
Cas 4	42	30	Mariée, 2 enfants	Formation linguistique	2ème	45 – 50 salariés
Cas 5	54	21	Mariée, 2 enfants	Fabrication et travaux de structures et menuiserie/ serrurerie métallique	2ème	15 – 20 salariés

Tableau 1 : Présentation des cas étudiés

3.2.Le recueil et la retranscription des données

Nous avons constitué un échantillon en mobilisant nos réseaux de contacts notamment à travers des réseaux professionnels. Nous avons réalisé des entretiens semi-directifs afin de pousser les répondantes à construire une réponse complète en les invitant à prendre du recul par rapport à leurs expériences et l'influence du genre dans leurs parcours. Les entretiens ont duré entre une heure et une heure et quarante-cinq minutes. Les échanges ont été longs et les répondantes ont souvent exprimé leurs émotions, toutes profondément touchées et concernées par le sujet. Quatre entretiens ont été réalisés en face à face au sein des entreprises des femmes entrepreneures afin d'appréhender au mieux le contexte professionnel des répondantes et un seul entretien a été réalisé par visioconférence. La collecte de données a été

menée entre avril et mai 2021 à travers un guide d'entretien. Les entretiens ont été enregistrés avec l'accord de toutes les participantes et retranscrits manuellement fidèlement aux expressions des répondantes.

3.3. Le codage et l'analyse de données

Tout d'abord, nous avons lu les retranscriptions d'entretiens de chaque entrepreneure afin de s'assurer de sa cohérence et de sa compréhension. Ensuite, nous avons fait un codage libre des textes afin d'identifier les différentes composantes du processus de la construction de la légitimité au cours du processus de transmissions. Les auteurs ont codé les données manuellement sur les sources de données imprimées. Ce codage a ensuite été comparé et discuté.

Afin de comprendre le lien entre les structures et l'agence au niveau méso, Stones (2005) adopte le concept de « *positions-pratiques* ». Ce concept encourage les chercheurs à examiner les réseaux et les relations entre des groupes d'acteurs au sein d'un système social spécifique. Afin d'analyser les relations « *positions-pratiques* », Stones (2005) souligne que la première étape consiste à identifier l'acteur. Cet acteur, appelé « *acteur in-focus* » (les filles successeurs pour notre recherche), est intégré aux réseaux d'autres acteurs dans son contexte « *acteurs in-contexte* ». Autrement dit, les « *acteurs in-contexte* » (familles, salariés, clients, concurrents...) sont des acteurs dans le contexte de « *l'acteur in-focus* » sur lesquels l'analyse n'est pas focalisée mais ils informent le comportement de « *l'acteur in-focus* » de la même manière que toute autre structure externe (Stones, 2005).

Afin de mener ce processus, nous avons mobilisé le modèle de Corley et Gioia (2004) qui se compose de trois niveaux d'analyse principaux : les concepts de premier ordre, les concepts de deuxième ordre et les dimensions agrégées. Cette démarche représente une étape clé de la recherche empirique à travers l'élaboration d'une structure de données (tableau 2). Nous avons configuré visuellement nos données et élaboré une représentation graphique de la conduite des analyses à partir des données brutes. Le premier niveau d'analyse ne demande pas une compréhension théorique profonde du phénomène étudié. L'analyse de deuxième ordre se réfère à un niveau d'élaboration de nouvelles relations permettant une compréhension théorique plus approfondie. À la fin de cette étape, nous avons disposé de codes secondaires concernant les structures externes, les structures internes, l'agence active et les résultats. La dernière étape consiste à passer aux dimensions agrégées. À la fin de cette étape, nous avons généré des dimensions agrégées plus abstraites résumant la légitimité personnelle et la légitimité entrepreneuriale des filles successeurs. Afin d'approfondir notre analyse de données, nous avons relié les trois niveaux d'analyse entre eux. Cela donne une dynamique à la structure de données, ce qui la transforme d'une représentation statique des concepts étudiés à une présentation dynamique.

Concepts de 1 ^{er} ordre	Thème de 2 ^{ème} ordre	Dimensions agrégées
« Ma sœur est autant légitime que moi, on aurait été sur la même marche, c'est normal c'est ma sœur mais après dix ans à l'entreprise je ne voulais pas qu'elle ait tout comme moi si facilement » (Fille 1).	Structures internes (habitus)	Légitimité personnelle
« J'étais légitime de base pour mes parents. Mes études m'ont aidées et je pense qu'aux yeux de mes parents mes sœurs n'étaient pas légitimes de reprendre. Mes soeurs sont sereines et ne se sentent pas lésées... » (Fille 3).		
« Vu mon expérience et ma carrière professionnelle, mon père me fait confiance plus que mon frère pour reprendre l'entreprise à cause de son tempérament instable en comparaison à mon tempérament enclin aux défis » (Fille 4).		
« Papa a essayé à plusieurs reprises de me conseiller, on se prenait la tête » (Fille 4).	Structures internes	

« J'ai rencontré des difficultés à faire accepter les projets de modernisation de l'activité à mon père » (Fille 1).	conjoncturellement spécifiques	
« Nos visions étaient très différentes. La mienne est très tournée vers les salariés et leurs envies tandis que mon père était plus orienté vers la performance commerciale » (Fille 3).		
« J'ai apporté un cadre et du formalisme à l'entreprise lors de mon arrivée. Avec du recul, je pense que ça m'a aidé à faire mes preuves » (Fille 3).		
« J'ai eu la chance d'avoir un boulevard stratégie pour me donner la chance d'apporter ma pâte. J'ai réussi à créer un partenariat qui a permis une croissance à deux chiffres, ça m'a donné énormément de légitimité aux yeux de mes parents » (Fille 4).	Pouvoir d'agence	
« J'ai apporté de la méthode grâce à laquelle on est reconnus pour être une entreprise sérieuse et à l'heure, alors qu'avant sous la direction de mon père on était souvent en retard sur nos opérations, cela a apporté de la légitimité à ma manière de faire » (Fille 5).		
« Avec le temps mes parents n'ont pas eu à questionner ma légitimité » (Fille 2).		
« Ma légitimité n'a pas été questionnée. Ma mère [...] tenait juste à ce que je fasse quelque chose qui me plaise et me rende heureuse » (Fille 3).	Résultats	
« Ma personnalité était vraiment une base de la légitimité que me donnaient mes parents, sans compter que mon parcours m'a aidé ? Je suis trop fière d'avoir repris l'entreprise ». (Fille 4).		
« Je suis encadrée par un avocat, un expert-comptable et un notaire ; donc forcément ça rassure les salariés » (Fille 2).		
« J'ai fait recours à un coach en développement personnel et management. Les coachs aident à communiquer à propos des expériences que l'on vit au niveau managérial » (Fille 3).	Structures externes	
« Je savais que le CJD m'épaulerait, c'était un garde-fou pour moi. J'ai pu m'appuyer sur le CJD qui m'a aidé à créer une stratégie qui a ensuite permis de légitimer ma place et mes décisions » (Fille 4)		
« J'étais obligée de faire mes preuves quotidiennement. C'est tous les jours » (Fille 1).		
« Je sens que je dois chaque jour prouver ma place...Chaque jour, ça c'est dur » (Fille 2).	Structures conjoncturellement spécifiques	
« En 4 ans, j'ai montré ma résilience, mais tous les jours je ne suis pas à l'abri de mettre mes salariés en doute et devoir leur remonter la légitimité » (Fille 5).		
« Les équipes apprécient cette maîtrise et surtout ils aiment que je les consulte. Ça crée du lien, la crédibilité elle vient par là et par mon dynamisme, [...] je montre que je porte de l'intérêt à notre métier » (Fille 2)		
« J'ai dû être patiente, à l'écoute, et discuter beaucoup...Je travaillais avec des équipes multiculturelles et donc j'ai appris à soutenir, valoriser, communiquer beaucoup. » (Fille 4)	Pouvoir d'agence	
« Mettre de la rigueur dans l'organisation m'a donné de la légitimité face aux salariés, ils ont constaté que cela fonctionnait » (Fille 5).		
« J'ai gagné en légitimité, en confiance en moi et la confiance des salariés » (Fille 3).		
« J'ai gagné en légitimité de la part des salariés et j'ai fait mes preuves en période de crise. C'était une preuve de résilience en période de crise » (Fille 4).	Résultats	
« Je me suis imposée en tant que dirigeante. J'ai Gagné en légitimité dans un secteur d'activité masculin avec des résultats financiers très positifs. Cela a mis en confiance mes salariés ». (Fille 5).		Légitimité entrepreneuriale

Tableau-2. Structure de données

4. Résultats

Les résultats empiriques soulignent tout d'abord que le processus de construction d'une légitimité au cours du processus de succession des entreprises familiales par des femmes comprend deux cycles de structuration : (1) la construction d'une légitimité personnelle (les jugements de légitimité perçus principalement par les filles elles-mêmes et les individus de leurs vies privées) ; (2) la construction d'une légitimité entrepreneuriale (les jugements de légitimité perçus par les individus de leurs réseaux professionnels (salariés, clients et concurrents)).

4.1.Légitimité personnelle

Le processus de succession semble impliquer une interaction entre les filles successeurs et leurs membres de famille (réseau privé) pour acquérir une légitimité personnelle. Nous constatons que, tandis que les filles se rendent une légitimité personnelle pour s'engager dans le processus de succession, leurs parents rendent cette légitimité personnelle valide par rapport aux autres membres de la famille (frères et sœurs). Les structures externes n'ont pas joué un rôle très important dans la construction d'une légitimité personnelle. En revanche, le rôle de ces structures est beaucoup plus important au cours du processus de la construction d'une légitimité entrepreneuriale. Les filles successeurs se sont appuyés sur leurs structures internes qui sont apparues primordiales durant la construction d'une légitimité personnelle.

4.1.1. Structures internes

La première phase du processus de construction de la légitimité est centrée sur les structures internes des filles successeurs. Pour que ces femmes commencent à croire qu'elles sont légitimes pour succéder une entreprise familiale, elles ont essayé d'abord, en tant que membre de la famille, de réaffirmer leur légitimité et montrer qu'elles sont capables de déployer des efforts. Ces femmes sont devenues leurs propres évaluatrices de l'adéquation entre leurs structures internes en termes d'habitus (passion, expérience, personnalité, études académiques...) et la reprise de l'entreprise familiale. Ensuite, elles ont été confrontées à des structures conjoncturellement spécifiques contraignantes.

Habitus

Les filles interrogées ont un ou plusieurs frère(s) et/ou sœur(s). Aucune d'entre elles ne partage l'entreprise avec sa fratrie. Elles ont toutes demandé expressément à leurs frères et sœurs s'ils ou elles désiraient reprendre l'entreprise familiale. Elles ont également toutes affirmé avoir respecté un mécanisme de transmission financier équitable pour leurs frères et sœurs et souligné l'avantage de cette obligation légale.

Les frères et sœurs n'ont pas manifesté d'intérêt pour la reprise de l'entreprise familiale. Les filles 2 et 3 ont montré un souci pour leurs frères et sœurs cadets qu'elles jugent trop jeunes pour être sûrs d'eux. « *Je ne souhaite pas effectuer de partage avec des enfants actionnaires non travailleurs pour l'entreprise* » (Fille 2). Les filles 3 et 4 ont expliqué que leurs frères et sœurs n'étaient pas aussi légitimes aux yeux de leurs parents. « *J'étais légitime de base pour mes parents. Mes études m'ont aidées et je pense qu'aux yeux de mes parents mes sœurs n'étaient pas légitimes de reprendre à cause de leurs personnalités et leurs parcours* » (Fille 3). La fille 4 a exprimé cette même situation pour le tempérament instable de son frère en comparaison à son tempérament enclin aux défis. La fille 1 a affirmé que si aujourd'hui sa sœur souhaitait intégrer l'entreprise, elle n'accepterait pas de travailler avec elle. « *J'aurais lâché l'affaire, sans rancune. Après dix ans à me donner à l'entreprise, je ne voulais pas qu'elle ait tout comme moi si facilement* » (Fille 1).

Les filles n'ont pas été en concurrence particulière avec un frère, et n'ont pas évoqué que leur père aurait privilégié leur frère s'il s'était montré intéressé. Par conséquent, selon nos résultats, le genre n'est pas un élément important pour le choix des pères, qui prêtaient attention plutôt aux formations académiques, expériences professionnelles et surtout au tempérament des filles. Nos résultats suggèrent que la perception de la légitimité personnelle joue un rôle essentiel dans le processus de succession. Cette idée renvoie au concept des structures internes (habitus) mobilisées par les filles successeurs afin de fournir une raison légitime de leurs successions et construire une légitimité personnelle au sein de leurs réseaux privés.

Structures conjoncturellement spécifiques

Les structures conjoncturellement spécifiques sont liées à la façon dont les filles successeurs en tant qu'acteur social perçoivent leur rôle spécifique dans un contexte particulier. Les résultats montrent que les structures conjoncturellement spécifiques jouent un rôle contraignant dans le processus de construction d'une légitimité personnelle, en particulier, les visions stratégiques divergentes entre les filles et leurs pères.

Comme souligné ci-dessus, nos données empiriques montrent que les filles successeurs paraissent les plus légitimes pour reprendre les entreprises par rapport aux autres membres de la famille. Cependant, nos résultats montrent que quatre filles ont rencontré des difficultés dans le processus de transmission dues aux différences de vision avec leurs pères. La fille 4 évoque la difficulté de faire converger des « *visions différentes* » ; la « *sensibilité paternaliste* » du père et sa « *vision plus gestionnaire* ». « *Papa a essayé à plusieurs reprises de me conseiller, on se prenait la tête* » (Fille 4). La fille 1 a cité sa difficulté à faire accepter les projets de modernisation de l'activité à son père. La fille 2 a évoqué les sujets de modernisation de l'offre également. La fille 3 quant à elle a expliqué que leurs visions étaient très différentes. « *Nos visions étaient très différentes. La mienne est très tournée vers les salariés et leurs envies tandis que mon père était plus orienté vers la performance commerciale* » (Fille 3).

4.1.2. Agence active

L'agence active est l'accomplissement d'un acte dans l'intention d'avoir un effet (Stones, 2005). Les résultats issus des cas étudiés montrent que l'agence active des filles successeurs se manifeste dans la mobilisation de leurs structures internes afin de construire une légitimité personnelle. En effet, afin de faire leurs preuves et dépasser les difficultés rencontrées au cours du processus de transmission, les filles successeurs ont souvent apporté une idée d'un projet de modernisation avec un fort enjeu pour prouver à leurs pères que leurs visions pour l'entreprise est bonne.

La fille 1 a succédé une entreprise qui a peu de projet et sa stratégie est inchangée depuis longtemps, elle souhaite donc apporter du renouveau et démontrer sa propre vision pour son père. « *Si on y arrive ça sera moi qui l'aura fait, ça lui prouvera que j'ai de bonnes idées* » (Fille 1). La fille 3 a expliqué qu'elle a eu à cœur d'apporter un cadre et du formalisme à l'entreprise au début du processus de transmission. « *Avec un peu de recul je pense que ça m'a aidé à faire mes preuves pour convaincre mon père de mon point de vue* » (Fille 3). La fille 4 a décidé de construire sa propre stratégie d'entreprise, différente de celle de son père. « *J'avais une autre vision différente de celle de mon père. Je voulais défendre une rémunération plus élevée pour les collaborateurs, une stratégie pédagogique, des contrats de travail en CDI... Je voulais que mon père me donne la chance d'apporter ma pâte* » (Fille 4). Au cours du processus de transmission, la fille 5 a essayé d'apporter une nouvelle stratégie pour améliorer la réputation de l'entreprise. « *J'ai apporté une nouvelle méthode grâce à laquelle on sera reconnus comme une entreprise sérieuse et ponctuel, alors qu'avant avec l'ancienne stratégie de mon père, on était souvent en retard sur nos opérations, cela a apporté de la légitimité à ma manière de faire* » (Fille 5).

Toutes les filles ont envisagé la légitimité comme une perception confiée par autrui, plus ou moins facile à acquérir, mais à construire par la démonstration. Par conséquent, nos résultats suggèrent que le genre n'est pas à l'origine des conflits entre les filles et leurs pères sur la stratégie à suivre au sein de l'entreprise.

4.1.3. Résultats

Les résultats résument l'effet des actions des filles successeurs sur leurs structures externes et internes. Les résultats sont clairement mis en évidence dans les cas étudiés. Ce moment se traduit pour les cas étudiés par l'obtention d'une légitimité personnelle qui leur a permis de reprendre l'entreprise familiale. En effet, les frères et sœurs ne se sont pas opposés à la reprise et les intérêts se sont rejoints. Les filles successeurs ont évoqué la justice du processus de transmission qui assure l'équité des avantages pour chacun des enfants. Cela met en exergue l'importance d'avoir une légitimité personnelle de la part des membres de la famille pour reprendre une entreprise familiale. Même si leurs frères et sœurs n'ont pas demandé de reprendre les entreprises, les cinq filles ont développé un engagement dispositionnel à travers leurs habitus afin de dépasser leurs structures conjoncturellement spécifiques contraignantes et gagner en légitimité.

4.2.Légitimité entrepreneuriale

Obtenir une légitimité entrepreneuriale de la part des salariés est immédiatement apparu comme un défi important pour les filles, et celui qui leur tenait particulièrement à cœur. Si certaines ont évoqué les concurrents ou encore les clients, elles sont plus impliquées dans la construction d'une légitimité en interne à l'entreprise. Elles ont évoqué leurs doutes et leurs difficultés et ont toutes envisagé leur gain en légitimité comme un processus long dans le temps. A ce niveau, nos résultats montrent que les filles ont souvent mobilisé leurs structures externes afin de faire leurs preuves. Les réponses les plus longues des entretiens concernent les aspects de la légitimité entrepreneuriale.

4.2.1. Structures externes

Les structures externes (Stone, 2005) existent indépendamment des actions des filles successeurs. Il est ainsi important d'identifier ces structures afin d'analyser clairement comment ces filles ont mobilisé ces structures afin de construire leur légitimité. En effet, les filles interrogées ont mentionné l'importance de l'accompagnement des professionnels des domaines de management, de la comptabilité et de la juridiction pour accroître leur crédibilité et avoir plus de légitimité entrepreneuriale.

La fille 2 a évoqué le conseil des avocats comme un soutien important pour le processus de transmission. « *J'ai suivi les conseils de son avocat. J'ai fait recours à un avocat, un expert-comptable et un notaire donc forcément ça rassure mes salariés* » (Fille 2). La fille 3 quant à elle a mis en avant le soutien de son coach en développement personnel et management. « *Les coachs aident à communiquer à propos des expériences que l'on vit au sein de l'entreprise* » (Fille 3). Les filles 4 et 5 ont abordé le soutien du CJD (Centre des Jeunes Dirigeants) et des consultants. « *Il était pour moi essentiel de me faire épauler par le CJD. Je savais que le CJD m'épaulerait, c'était un garde-fou pour moi vis-à-vis de mes salariés* » (Fille 4). La fille 5 a expliqué que le fait de s'entourer de consultants lui a aidé à gagner en légitimité vis-à-vis des salariés. « *J'ai pu m'appuyer sur le CJD qui m'a aidé à créer une stratégie qui m'a ensuite permis de légitimer ma place et mes décisions* » (Fille 5).

4.2.2. Structures internes

Dans ce qui suit, nous présentons le rôle de l'habitus et des structures conjoncturellement spécifiques dans la construction de la légitimité entrepreneuriale.

Habitus

Il apparaît que les structures internes en termes d'habitus ont joué un rôle moins important dans le processus de construction d'une légitimité entrepreneuriale. En effet, les filles interrogées ont toutes souligné que « *les diplômes ne sont pas très valorisés dans*

l'entreprise » (Fille 1). Par exemple la fille 3 pense que son jeune âge n'a pas permis à son diplôme de lui conférer une légitimité particulière face aux salariés. Ainsi elles ont démontré la nécessité du temps pour valoriser leurs savoirs et gagner en légitimité. Toutes les filles se sont accordées sur le point que le choix du père ne leur confère pas, ou peu de légitimité. Elles n'ont néanmoins pas eu le sentiment de devoir légitimer la décision de leurs pères.

Structures conjoncturellement spécifiques

Encore une fois, nos résultats montrent que les structures conjoncturellement spécifiques ont joué un rôle contraignant au cours du processus de construction d'une légitimité entrepreneuriale. Cela se traduit dans notre étude par les difficultés rencontrées par les filles pour acquérir une légitimité vis-à-vis des salariés, des clients et des concurrents.

Les filles 1, 2, 4 et 5 ont eu le sentiment de devoir faire leurs preuves face aux salariés. « *J'étais obligée de faire mes preuves quotidiennement. C'est tous les jours* » (Fille 1). La fille 2 s'est retrouvée dans la même situation. « *Je sens que je dois chaque jour prouver ma place... Chaque jour, ça c'est dur* » (Fille 2). La fille 5 a abordé les mêmes conditions « *En 4 ans, j'ai montré ma résilience, mais tous les jours je ne suis pas à l'abri de mettre mes salariés en doute et devoir leur remontrer ma légitimité* » (Fille 5). La fille 3 a expliqué qu'elle doit montrer sa légitimité chaque jour à un cercle réduit, donc périodiquement à certaines périodes et non quotidiennement. La fille 4 estime que travailler avec des hommes plus âgés est une difficulté. « *Les salariés étaient en stress à cause du contexte évolutif. Au début c'était très... Je travaillais avec l'assistante administrative et financière qui est la plus ancienne dans l'entreprise et du jour au lendemain je suis devenue sa patronne* » (Fille 4).

La fille 5 a insisté sur le manque de légitimité conférée par les concurrents de son entreprise. « *Forcément dans le métier j'ai entendu : la fille de n'y arrivera pas, elle est mal formée, elle pense qu'elle peut y arriver mais elle n'est pas du métier* » (Fille 5). La fille 2 a affirmé qu'elle a aussi rencontré quelques difficultés afin de s'imposer vis-à-vis des clients. « *Quelques clients m'ont challengé parce que je suis une femme. Avec certains clients ça m'aide de dire : papa est absent ; et là ils deviennent abordables. Ce sont souvent des hommes d'orgueil et d'égo* » (Fille 2). C'est la raison pour laquelle les filles interrogées se sont entourées de compétences techniques.

4.2.3. Agence active

Comme en témoigne nos résultats, les filles successeurs n'ont pas attendu passivement que les salariés, les clients ou les concurrents leur accordent une légitimité entrepreneuriale. Au lieu de cela, ces filles se sont activement engagées afin de mobiliser leurs structures externes et renforcer leur légitimité. En effet, les filles se sont accordées à considérer que ce sont majoritairement les salariés qui confèrent une légitimité entrepreneuriale. La place des clients et des concurrents est venue en second plan. Les filles ont donc naturellement concentré leur pouvoir d'agence afin de gagner en légitimité vis-à-vis de leurs salariés. Elles ont envisagé les autres parties prenantes de l'entreprise dans un second temps.

De surcroît, toutes les filles interrogées ont relié la construction d'une légitimité entrepreneuriale à la maîtrise technique. En effet, les filles ont relevé plus de difficultés à maîtriser la technique car elles ont repris une activité que leurs pères avaient créée par maîtrise et qu'elles ont reprise sous l'axe managérial. Aucune des filles n'a prétendu maîtriser l'entièreté de la compétence technique proposée par l'entreprise. Elles ont néanmoins toutes souligné l'importance de s'intéresser, avoir un regard sur les aspects techniques et de solliciter des experts et de se faire accompagner par des structures spécialisées pour les sujets qu'elles ne maîtrisaient pas afin de mieux gérer les salariés et développer l'entreprise.

Par exemple, afin de renforcer sa légitimité, la fille 2 a challengé ses salariés pour les impliquer dans des projets. « *Les équipes apprécient cette maîtrise et surtout ils aiment que je les consulte. Ça créé du lien, la légitimité vient par là et par mon dynamisme. Je montre que je porte de l'intérêt à notre métier* » (Fille 2). Pour gagner la confiance des salariés, la fille 3 a essayé de donner le pouvoir à ceux qui ont plus de compétences et de ne pas leur exposer ses doutes. « *Ils avaient confiance en moi et ne doutaient pas car ils pensaient que je ne doutais pas...Donc ça m'a donné de la légitimité* » (Fille 3). La fille 4 a fait ses preuves de résilience en période de crise. Elle a persévéré et a essayé de chercher des solutions à travers la communication avec ses salariés. « *J'ai dû être patiente, à l'écoute, et discuter beaucoup. Je travaillais avec des équipes multiculturelles et donc j'ai appris à soutenir, valoriser, communiquer beaucoup* » (Fille 4). La fille 5 a su mettre en confiance ses salariés en se donnant les moyens de surpasser les défis lorsque les collaborateurs doutent. « *Mettre de la rigueur dans l'organisation m'a donné de la légitimité face aux salariés, ils ont constaté que cela fonctionnait* » (Fille 5).

4.2.4. Résultats

Nos résultats suggèrent que les filles interrogées cherchent au maximum à éviter les confrontations et l'imposition. Elles ont pris le temps de gagner leur place au sein de l'entreprise. Souvent, elles ont évoqué le besoin de construire en douceur leur image et leur légitimité. Elles ont souligné que la perception des salariés et des parties prenantes de leur légitimité entrepreneuriale est importante mais aucune n'a éprouvé de grandes difficultés à la construire. Elles se sont senties challengées et les salariés en attendaient beaucoup de leur part mais leur statut de « *fille de* » n'a pas été une barrière particulièrement difficile à surmonter. Cela se traduit dans notre recherche par la reconnaissance de la légitimité des filles successeurs par les différentes parties prenantes.

5. Discussion

Nous discutons, dans un premier temps des contributions théoriques de notre recherche. Puis, nous en exposons les implications managériales.

5.1. Contributions théoriques

La littérature existante sur la légitimité et le genre au cours du processus de succession se concentre soit sur le rôle des filles successeurs (acteur) durant ce processus, soit sur leurs réseaux (structures sociales) qui rendent la légitimité de ces filles active et validée (Überbacher, 2014). La mobilisation de la notion de la dualité (Giddens, 1984) au niveau de l'ontologie générale et le modèle quadripartite de structuration (Stones, 2005) au niveau de l'ontologie in-situ, contribue à cette littérature en mettant en lumière les interactions et les relations réciproques que les filles successeurs ont avec différentes structures sociales pour influencer, former et changer leurs perceptions tout au long du processus de construction de leur légitimité.

A partir de nos résultats, nous avons construit un modèle de construction de la légitimité sociale des filles successeurs au cours du processus de successions des entreprises familiales (figure 2). Notre modèle suggère que les filles successeurs et leurs réseaux privés et professionnels non seulement interagissent activement, mais s'engagent également dans des relations réciproques tout au long du processus de construction de la légitimité dans le cadre d'une dualité. Cette idée contribue à la littérature sur la légitimité des filles successeurs et répond à l'importance de développer des recherches qui prennent en considération les relations réciproques entre les filles successeurs et les différentes structures sociales (Überbacher, 2014).

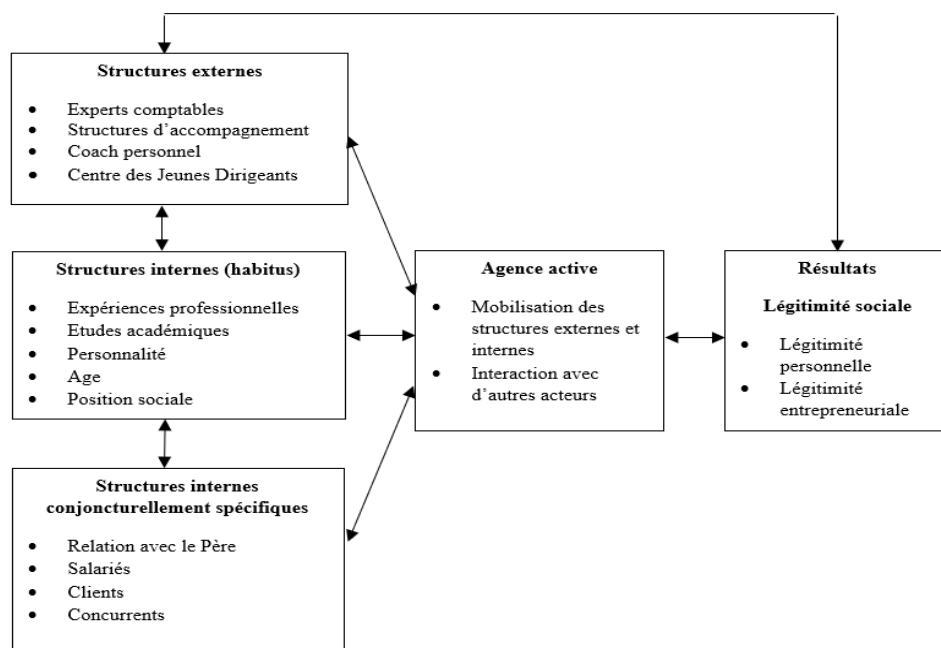


Figure.2. Construction de la légitimité sociale des filles successeurs dans le cadre de la transmission des entreprises familiales

Le pouvoir d'agence explique quand et comment les filles successeurs pourraient remettre en question ou mobiliser leurs structures externes et internes existantes afin de construire une légitimité sociale. Il fournit le mécanisme de médiation entre les structures externes, les structures internes et les résultats. Ces derniers se traduisent au niveau des structures internes des filles successeurs par l'évolution de leurs positions sociales, ce qui leur permet de passer du statut de « *filles à papa* » à celui de « *successeur légitime* » avec toutes les prérogatives et les obligations attachées à cette nouvelle position.

Notre étude suggère que, d'une part, les structures internes et les structures externes influencent le processus de construction de la légitimité des filles successeurs car elles jouent un rôle important et pourraient habiliter ou contraindre les actions des filles. Par exemple, les cas mobilisés dans cette recherche illustrent que les structures conjoncturellement spécifiques (la relation avec le père au moment de la transmission et les salariés) ont joué un rôle contraignant au cours du processus de construction de la légitimité. D'autre part, ces structures conjoncturellement spécifiques sont influencées par le pouvoir d'agence des filles successeurs à travers leurs actions entreprises. Cette dualité est illustrée par la manière dont les femmes ont expliqué la reconnaissance de leurs compétences techniques et entrepreneuriales de la part de leurs pères et leurs salariés suite au développement de nouveaux projets.

Par conséquent, notre modèle suggère que la construction de la légitimité sociale des filles successeurs ne peut pas être considérée comme ni le fruit des actions des filles, ni comme le résultat des réseaux et du contexte de ces filles, mais c'est plutôt l'alchimie des deux.

5.2. Implications managériales

Au niveau managérial, nos résultats mettent en exergue les interactions entre les filles successeurs et leurs réseaux privés et professionnels (structures sociales). Ces résultats pourraient encourager les filles qui souhaitent succéder une entreprise familiale à prendre

conscience du rôle que jouent ces réseaux au cours du processus de succession et du pouvoir que ces filles possèdent pour influencer et changer les perceptions de ces réseaux.

La deuxième implication souligne la reconnaissance de la participation des filles successeurs au développement des entreprises familiales ainsi que le rôle qu'elles jouent dans le changement des normes sociales et de la dynamique entrepreneuriale au sein des entreprises familiale.

De surcroît, cette recherche nous a permis de développer quelques recommandations pour faciliter l'accès à la légitimité des filles en reprise d'entreprises familiales, il serait donc intéressant que les filles commencent le processus tôt pour garantir une transmission managériale fluide et progressive et respecter la place du père et en faire son allier. Il est également souhaitable que les filles entreprennent un projet qui leur soit propre au sein d'un département afin de faire leurs preuves vis-à-vis des salariés et comprendre les dimensions opérationnelles et stratégiques de l'entreprise.

Conclusion

A partir de l'analyse de cinq études de cas, nous avons conduit une étude qualitative sur la construction de la légitimité sociale des filles successeurs lors de la transmission d'une entreprise familiale. L'étude a permis d'obtenir un retour d'expériences de femmes aux profils variés et à des stades différents de la reprise d'entreprises familiales. Cependant, des données complémentaires permettant l'analyse des réponses des salariés et des parents auraient permis une meilleure précision ainsi qu'un meilleur recul sur les réponses des filles. Le but premier était d'expliquer la perception des filles quant à leur légitimité et la construction d'une légitimité auprès de leurs réseaux privés et professionnels. La mobilisation du modèle quadripartite de structuration (Stones, 2005) a mis en lumière les interactions et les relations réciproques que les filles successeurs ont avec différentes structures sociales et a apporté une réponse à la littérature existante qui se concentre soit sur le rôle des filles successeurs, soit sur leurs réseaux (Überbacher, 2014).

Nos résultats suggèrent que les femmes ne se sentaient pas tant stigmatisées par leur genre et qu'elles en tiraient des avantages même dans des milieux professionnels. Il serait intéressant de comprendre dans quelles mesures les efforts qu'elles ont dû fournir pour faire leurs preuves ont été ou non supérieurs aux efforts fournis par les fils. Il serait judicieux de comprendre si les hommes se questionnent sur la légitimité comme les femmes. De surcroît, l'étude menée présente un échantillon trop restreint pour être représentative et généraliser les résultats. Il serait donc intéressant de pouvoir traiter un plus grand nombre de cas. Nous invitons d'autres chercheurs à poursuivre les tests empiriques de notre modèle afin d'améliorer notre connaissance du processus de construction de la légitimité sociale des filles au cours de la transmission d'une entreprise familiale.

Bibliographie

- Ahrens, J.-P., Landmann, A., & Woywode, M. (2015). Gender preferences in the CEO successions of family firms : Family characteristics and human capital of the successor. *Journal of Family Business Strategy*, 6(2), 86-103. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2015.02.002>
- Allen, I. E., & Langowitz, N. S. (s. d.). *WOMEN IN FAMILY-OWNED BUSINESSES*. 22.
- Archer, M. S. (1995). *Realist Social Theory : The Morphogenetic Approach* (1^{re} éd.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511557675>
- Byrne, J., Fattoum, S., & Thébaud, S. (2019). *A Suitable Boy? Gendered Roles and Hierarchies in Family Business Succession* (SSRN Scholarly Paper N° 3599376). Social Science Research Network. <https://doi.org/10.1111/emre.12298>

- Chasserio, S., Pailot, P., & Poroli, C. (2016). La construction de la légitimité des femmes entrepreneures : Une approche transactionnelle. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 20(4), 45-58. <https://doi.org/10.7202/1051674ar>
- Chiasson, M., & Saunders, C. (2005). Reconciling diverse approaches to opportunity research using the structuration theory. *Journal of Business Venturing*, 20(6), 747-767. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.07.004>
- Coad, A. F., & Glyptis, L. G. (2014). Structuration : A position–practice perspective and an illustrative study. *CRITICAL PERSPECTIVES ON ACCOUNTING*, 25(2), 142-161.
- Coad, A., & Herbert, I. (2009). *Back to the Future : New Potential for Structuration Theory in Management Accounting Research?* [SSRN Scholarly Paper]. <https://papers.ssrn.com/abstract=1367206>
- Coad, A., Jack, L., & Kholeif, A. O. R. (2015). Structuration theory : Reflections on its further potential for management accounting research. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 12(2), 153-171. <https://doi.org/10.1108/QRAM-01-2015-0013>
- Corley, K. G., & Gioia, D. A. (2004). Identity Ambiguity and Change in the Wake of a Corporate Spin-off. *Administrative Science Quarterly*, 49(2), 173-208. <https://doi.org/10.2307/4131471>
- DeVaney, S. A. (2016). Yin, R.K. (2016). Qualitative Research from Start to Finish, Second Edition. New York : The Guilford Press. ISBN: 978-1-4625-1797-8. 386 pp. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 44(3), 324-325. <https://doi.org/10.1111/fcsr.12144>
- Dumas, C. (1992). Integrating the Daughter into Family Business Management. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(4), 41- 56. <https://doi.org/10.1177/104225879201600403>
- Elkafrawi, N., Roos, A., & Refai, D. (2022). Contextualising rural entrepreneurship – A strong structuration perspective on gendered-local agency. *International Small Business Journal*,. <https://doi.org/10.1177/02662426211069851>
- Ferrari, F. (2019). In the mother's shadow : Exploring power dynamics in family business succession. *Gender in Management: An International Journal*, 34(2), 121-139. <https://doi.org/10.1108/GM-07-2017-0091>
- Fisher, R., Merlot, E., & Johnson, L. W. (2017). The obsessive and harmonious nature of entrepreneurial passion. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 22-40. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-01-2017-0011>
- Floris, M., Marongiu, M., Dessi, C., & Dettori, A. (2021). Total quality management as driver for internationalization : A case study of a small family firm. *Journal of Family Business Management, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JFBM-07-2021-0077>
- Garud, R., Gehman, J., & Giuliani, A. P. (2014). Contextualizing entrepreneurial innovation : A narrative perspective. *Research Policy*, 43(7), 1177-1188. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.04.015>
- Ghamgui, N., & Soparnot, R. (2022). Le lien entre l'individu et l'opportunité entrepreneuriale : D'une dichotomie ontologique à une réconciliation complexe. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 26(1), 168-191. <https://doi.org/10.7202/1088442ar>
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society : Outline of the Theory of Structuration*. University of California Press.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *The Discovery of Grounded Theory : Strategies for Qualitative Research* (1^{re} éd.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203793206>
- Goby, V. P., & Erogul, M. S. (2011). Female entrepreneurship in the United Arab Emirates : Legislative encouragements and cultural constraints. *Studies International Forum*, 34(4), 329.
- Graebner, M. E., & Eisenhardt, K. M. (2004). The Seller's Side of the Story : Acquisition as Courtship and Governance as Syndicate in Entrepreneurial Firms. *Administrative Science Quarterly*, 49(3), 366-403. <https://doi.org/10.2307/4131440>
- Hashim, S., Naldi, L., & Markowska, M. (2021). “The royal award goes to...” : Legitimacy processes for female-led family ventures. *Journal of Family Business Strategy*, 12(3), 100358. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2020.100358>

- Jack, S. L., & Anderson, A. (2002). The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 467-487.
- Kholeif, A. O. R., & Jack, L. (2007). *Introducing Strong Structuration Theory for Case Studies in Organization, Management and Accounting Research* [SSRN Scholarly Paper]. <https://papers.ssrn.com/abstract=2609060>
- Radu-Lefebvre, M., Loué, C., & Redien-Collo, R. (2019). Contextualizing Entrepreneurial Legitimacy : The Interplay of Internal and External Social Representations. *Journal of Enterprising Culture*, 27(01), 1- 33. <https://doi.org/10.1142/S0218495819500018>
- Liu, Y., Schøtt, T., & Zhang, C. (2019). Women's experiences of legitimacy, satisfaction and commitment as entrepreneurs : Embedded in gender hierarchy and networks in private and business spheres. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(3-4), 293-307. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1551794>
- Marlow, S., & McAdam, M. (2015). Incubation or Induction? Gendered Identity Work in the Context of Technology Business Incubation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 791-816. <https://doi.org/10.1111/etap.12062>
- McAdam, M., Harrison, R. T., & Leitch, C. M. (2019). Stories from the field : Women's networking as gender capital in entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 53(2), 459-474. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-9995-6>
- Mussolino, D., Cicellin, M., Pezzillo Iacono, M., Consiglio, S., & Martinez, M. (2019a). Daughters' self-positioning in family business succession : A narrative inquiry. *Journal of Family Business Strategy*, 10(2), 72-86. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2019.01.003>
- Mussolino, D., Cicellin, M., Pezzillo Iacono, M., Consiglio, S., & Martinez, M. (2019b). Daughters' self-positioning in family business succession : A narrative inquiry. *Journal of Family Business Strategy*, 10(2), 72-86. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2019.01.003>
- Nagy, B. G., Pollack, J. M., Rutherford, M. W., & Lohrke, F. T. (2012). The Influence of Entrepreneurs' Credentials and Impression Management Behaviors on Perceptions of New Venture Legitimacy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(5), 941-965. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00539.x>
- Nelson, T., & Constantinidis, C. (2017). Sex and Gender in Family Business Succession Research : A Review and Forward Agenda From a Social Construction Perspective. *Family Business Review*, 30(3), 219-241. <https://doi.org/10.1177/0894486517715390>
- Nguyen, M.-H., Nguyen, H. T. T., Le, T.-T., Luong, A.-P., & Vuong, Q.-H. (2021). Gender issues in family business research : A bibliometric scoping review. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/JABES-01-2021-0014>
- Overbeke, K. K., Bilimoria, D., & Perelli, S. (2013). The dearth of daughter successors in family businesses : Gendered norms, blindness to possibility, and invisibility. *Journal of Family Business Strategy*, 4(3), 201-212. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2013.07.002>
- Pailot, P., Poroli, C., & Chasserio, S. (2017). Perceived legitimacy of women entrepreneurs : Between identity legitimacy and entrepreneurial legitimacy. In *The Routledge Companion to Global Female Entrepreneurship*. Routledge.
- Pawin, R. (2015). The gender of happiness (France, 1945-1970s) (R. Kramer, Trad.). *Clio. Women, Gender, History*, 39, Article 39. <https://doi.org/10.4000/cliowgh.578>
- Ramadani, V., Dana, L.-P., Sadiku-Dushi, N., Ratten, V., & Welsh, D. H. B. (2017). Decision-Making Challenges of Women Entrepreneurship in Family Business Succession Process. *Journal of Enterprising Culture*, 25(04), 411-439. <https://doi.org/10.1142/S0218495817500157>
- Sarason, Y., Dean, T., & Dillard, J. F. (2006). Entrepreneurship as the nexus of individual and opportunity : A structuration view. *Journal of Business Venturing*, 21(3), 286-305. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.02.007>
- Bradley, D. E., & Roberts, J. A. (2004). Self-Employment and Job Satisfaction : Investigating the Role of Self-Efficacy, Depression, and Seniority. *Journal of Small Business Management*, 42(1), 37- 58. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2004.00096.x>

- Shepherd, D. A., & Zacharakis, A. (2003). A New Venture's Cognitive Legitimacy: An Assessment by Customers. *Journal of Small Business Management*, 41(2), 148-167. <https://doi.org/10.1111/1540-627X.00073>
- Vuong, Q.-H. (2018). The (ir)rational consideration of the cost of science in transition economies. *Nature Human Behaviour*, 2(1), 5- 5. <https://doi.org/10.1038/s41562-017-0281-4>
- White, J.C. Toward a Theory of Minority Entrepreneurship in the Non-Profit Arts Sector. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 48(4). <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10632921.2018.1431986>
- Überbacher, F. (2014). Legitimation of New Ventures: A Review and Research Programme. *Journal of Management Studies*, 51(4), 667-698. <https://doi.org/10.1111/joms.12077>
- Stones, R. (2005). *Structuration Theory*. Macmillan International Higher Education.
- Suddaby, R., Bitektine, A., & Haack, P. (2017). Legitimacy. *The Academy of Management Annals*, 11(1), 451–478.
- Zeidan, D. S. (s. d.). *Women Entrepreneurship in GCC: a Framework to Address Challenges and Promote Participation in a Regional Context*. 2(14), 8.